



**Uchwała Nr ZO/118/21o
z dnia 20 października 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/127/21**

OPINIA KER – w sprawie skarg na przekaz reklamowy

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

**Grottgera 9/3
00-785 Warszawa**

1. Zespół Orzekający Komisji Etyki Reklamy, działającej przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, w składzie:

- **Maciej Korobacz – przewodniczący;**
- **Rafał Wiewiórski – członek;**
- **Beata Dziwulska – członkini;**

DO

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”;

Biotella, z siedzibą w Płocku, zwany dalej „Reklamodawcą”.

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumenckimi, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a także organizacjami promującymi standardy rynku reklamy w innych krajach, jak i na poziomie międzynarodowym (w tym The European Advertising Standards Alliance EASA) oraz mając na celu ochronę interesów konsumentów Komisja Etyki Reklamy dokonała analizy przedmiotowego przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt **KER/127/21**. Przedmiotem skargi była reklama internetowa.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, przekaz reklamowy w sposób niebezpieczny sugeruje możliwość utraty wagi w nierealistycznie krótkim czasie.

Zespół Orzekający zważył co następuje:

Opinia-ocena Zespołu Orzekającego KER w zakresie oceny przedmiotowej reklamy z ogólnie przyjętymi standardami etycznymi oraz dobrymi praktykami rynkowymi

W ocenie Zespołu Orzekającego w przedmiotowej sprawie niewątpliwie doszło do naruszenia standardów reklamowych w zakresie obowiązku prowadzenia reklamy w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz dobrych obyczajów, a także niewprowadzania w błąd potencjalnych konsumentów.

Zdaniem Zespołu Orzekającego, prezentowany przekaz reklamowy – wskazujący na potencjalną możliwość utraty wagi nawet o 16 kg w ciągu miesiąca – stanowi groźny w swoim wydźwięku komunikat zdrowotny, mogący przede wszystkim negatywnie wpłynąć na młodzież (potencjalnych odbiorców).

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej www.radareklamy.pl. Postaramy się udzielić wszelkich możliwych informacji oraz porad mogących zagwarantować najwyższe standardy etyczne oraz przestrzeganie dobrych praktyk rynkowych na rynku reklamowym w Polsce.

W związku z powyższym, mając na uwadze treść Wniosku Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne

Brak.